

УДК 74.01/09

Цитування:

Чуєва О. В. Орнаментальні мотиви в сучасній пакувальній продукції України. *Культура і сучасність* : альманах. 2021. № 1. С. 109-112.

Chuiyeva O. (2021). Ornamental motives in the modern packing products of Ukraine. *Kultura i suchasnist* : almanakh, 1, 109-112 [in Ukrainian].

Чуєва Оксана Володимирівна,

кандидат мистецтвознавства,

старший викладач кафедри графічного дизайну

Київського національного університету

культури і мистецтв

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1877-5010>

aksanas@gmail.com

ОРНАМЕНТАЛЬНІ МОТИВИ В СУЧАСНІЙ ПАКУВАЛЬНІЙ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Мета дослідження. В дослідженні проаналізовано трансформації традиційних українських орнаментальних мотивів та декоративно-символічних зображень стосовно використання їх в дизайні пакувальної продукції; відслідковано, як звернення дизайнерів до усталених орнаментальних форм та декоративно-символічних зображень надають виразності графічним рішенням в дизайні пакувань. **Методологія** дослідження передбачає використання аналітичного методу для аналізу сучасного стану проблеми; методи систематизації, порівняння та узагальнення допомагають розкривати особливості використання орнаментальних мотивів у пакуваннях товарів в різних споживчих сегментах. **Наукова новизна** полягає у визначенні необхідності поєднання творчого та наукових підходів для дбайливого/обережного пристосування чи адаптації традиційної української орнаментики в дизайні пакувальної продукції; у формуванні новітнього/оновленого бачення не тільки усталених орнаментальних мотивів, а й сміливих і несподіваних рішень та трансформацій, наповнених новим змістовим контентом. **Висновки.** На основі аналізу зразків пакувальної продукції в дизайні якої використовуються орнаментальні мотиви декоративно-символічні зображення ми дійшли висновку, що сучасні доробки дизайнерів-графіків демонструють не тільки усталену прихильність до прямого застосування автентичних орнаментальних мотивів, а й на практиці застосовують несподівані рішення та трансформації що привносять оновлення у сприйняття традиційних орнаментально-декоративних рішень.

Ключові слова: дизайн пакувань, орнаментальні мотиви, графічні рішення.

Chuiyeva Oksana, Ph.D. in Art Studies, Lecturer of the Department of Graphic Design Kyiv National University of Culture and Arts

Ornamental motives in the modern packing products of Ukraine

The purpose of the article. The research analyzes the transformations of traditional Ukrainian ornamental motifs and decorative and symbolic images in relation to their use in the design of modern packaging products; It was observed that the appeal of designers to established ornamental forms and decorative-symbolic images gives expressiveness to graphic solutions in the design of the packaging. The article emphasizes the possibility of using the established ornamental motifs in the contemporary design activity of graphic designers for qualitative design-development only if the project activity combines a creative approach based on thorough research on the background of an extremely limited palette and surface-already-existing work of ornamental heritage. **The methodology** of the study is to apply a systematic approach that helps to reveal the peculiarities of the use of ornamental motifs in the packaging of goods in different consumer segments. **The scientific novelty** consists in determining the necessity of combining creative and scientific approaches for careful/careful adaptation or adaptation of traditional Ukrainian ornamentation in the design of packaging products; in shaping the latest / renewed vision of not only established ornamental motifs but also bold, unexpected decisions and creative transformations filled with new content. **Conclusions.** Based on the analysis of samples of packaging products in the design of which we use ornamental motifs and decorative and symbolic images, we have come to the conclusion that modern revisions of graphic designers demonstrate not only the commitment to direct application of authentic ornamental motifs and the use of already well-established and acquaintance consumers of motifs from Ukrainian ornamentation, and application in practical developments of unexpected decisions and transformation, which in turn adds not only an update to the perception of traditional ornamental and decorative solutions, but also to attract yet untapped segment of consumers. Thanks to the popularization of Ukrainian ornament with the help of packaging design, graphic design projects also play the role of researcher and educator for a wide range of consumers of packaged goods in different consumer segments.

Key words: packaging design, packaging products, ornamental motifs, decorative and symbolic images.

Актуальність теми дослідження. Вивчення української орнаментальної культури сьогодні є актуальним не тільки з точки зору пізнання власної культурної спадщини, а й формування новітнього/оновленого бачення не тільки усталених орнаментальних мотивів, а й сміливих і несподіваних рішень та трансформації, наповнених новим змістовим контентом. Тема наукових розвідок щодо орнаментики в пакувальній продукції відображена вкрай побіжно, здебільш в публіцистичних статтях та презентаціях. Тому опрацювання означеної проблеми є вкрай своєчасним на тлі розвитку пакувального ринку країни та просування здобутків спадщини через споживчі пакування.

Аналіз досліджень і публікацій. Орнаментальна спадщина висвітлена в роботах багатьох дослідників орнаментики та символіки українського мистецтва. Особливу увагу для вивчення мають наукові роботи таких науковців як М. Селівчов [5], Т. Кара-Васильєва [3] в яких докладно розібрані складові та символи українського орнаменту. В публікаціях А. Дубрівної [2], Н. Сбітнєвої [4], Т. Божко [1] розглядаються окремі здобутки та імплікації орнаментальної та символічної спадщини які використовуються в дизайні пакувальної продукції. Подальшого розгляду потребує саме сучасна українська упаковка як активний засіб комунікації.

Мета роботи: прослідкувати як звернення дизайнерів до усталених орнаментальних форм та декоративно-символічних зображень надають виразність графічним рішенням в дизайні пакувань. Визначити місце трансформацій орнаментальних та декоративно-символічних зображень в сучасних дизайнерських рішеннях та потреби у їх оновленому представленні у пакувальній продукції.

Виклад основного матеріалу. Проблеми використання орнаментальних мотивів і декоративно-символічних зображень в графічних рішеннях дизайну пакувальної продукції, вивчення їх трансформацій та імплікацій на диво скупо висвітлені у наукових роботах, хоча фахівці з семіотики постійно аналізують спадщину попередніх епох. Наукові розвідки стосуються здебільшого етнографічних та етноісторичних досліджень гносеології та семіотики походження орнаментів [2], активно досліджується абстрактне мистецтво України в контексті розвитку символів та складових елементів. За твердженнями дослідниці

А. Дубрівної, накопичений знаковий арсенал є засобом трансляції інформації, хоча і розглядає вона його на прикладах писанкарства [2, 112].

Українські міста накриває хвиля фестивалів яка активно просуває етнічний стиль в музиці, Fashion індустрії, проводяться виставки з декорування інтер'єрів та екстер'єрів в народному стилі. Нажаль, огляд досліджень та публікацій надає підстави вважати, що розгляд орнаменту як графічної складової в проектуванні дизайну пакувань є в край обмеженим і часто торкається лише сегменту сувенірної продукції з суто національним колоритом, зокрема журнал «Упаковка» на своїх сторінках приділяє багато уваги саме сучасному стану дизайну українських пакувань. Численні інтернет-публікації просто передрукують розповсюджені висловлювання на кшталт: «орнаментальні мотиви підсилюють емоційний вплив на споживачів», «привертають увагу», «стають легкого впізнаваними» та ін.

Етнокультурні орнаментальні мотиви, використовуватися в промисловій графіці досить часто, але як правило, в процесі роботи над об'єктом проектування виникає потреба в адаптації до вимог сучасної графічної культури, тобто до модних тенденцій. Нажаль, навколо себе, ми бачимо: «... багато прикладів відвертого несмаку, кітчу, безграмотного використання орнаменту, в спробах передати національний колорит мовою графіки. Кінцевий продукт, виконаний безграмотно і бездарно, викликає відторгнення і дисонанс у споживача, а самі орнаментальні мотиви, починають сприйматися нами як примітивні і неприйнятні для естетичного сприйняття сучасної людини» [8, 113-117]. Цей вислів свідчить на користь необхідності знань культурних традицій та особливостей побудови орнаментів в обраному для проектної роботи культурно-етнічному прошарку. З розвитком людства орнаментальні мотиви різних культур «напрацювали» індивідуальні особливості, що в свою чергу ускладнює сприйняття їх іншими людьми других культур [7, 212-216].

Існують різні форми тлумачення значень найдавніших орнаментів, проте всі дослідники сходяться на думці, що вони являють собою якийсь текст, що несе певну інформацію. Широка область застосування, багатолічність і майже необмежена свобода характерні для орнаменту в цілому [3]. Серед дизайнерів немає єдиної думки щодо актуальності

застосування етнокультурних мотивів, включаючи орнамент, в сучасному графічному дизайні. Деякі з них вважають використання архаїчних форм орнаменту, штучним і марним. Адже значення орнаменту, часто виявляється складними або не зрозумілим для сучасної людини. Тому, на їхню думку, не варто «реанімувати» «віджили своє» символи і тим більше привносити їх у сучасну графічну практику [8, 113-117]. Однак проектні пропозиції практикуючих дизайнерів і особливо конкурсні та студентські роботи практично доводять, що можливе успішне інтегрування етнічних орнаментальних мотивів та декоративно-символічних зображень у сучасні проекти.

На превеликий жаль, на полицях наших магазинів ми знайшли вкрай обмежену кількість пакувань в дизайні яких були використані українські етнокультурні орнаментальні та декоративно-символічні мотиви. Розглянуті нами пакування належать до різних товарних груп: це сегмент товарів постійного попиту – продукти, напої, побутові товари та сувенірно-подарункова упаковка. Дизайн пакувань сегменту постійного споживчого попиту можна охарактеризувати, як «скупий» та максимально спрощений. Це майже пряме перенесення орнаментальних мотивів українських вишиванок, рушників та імплікація найвних народних картинок. Повну протилежність складає група сувенірно-подарункових пакувань. У статті «Упаковка: засіб справити враження» Н. Удріс на прикладах доводить: «...що упаковка — це дійсний засіб справити бажане враження на партнера або клієнта... Головне — знайти правильну відповідність системи знаків і символів» [6, 67-70]. Товари преміум-сегменту мають більшу товарну ціну, тому на виробництво пакувань для них замовники можуть і мають витратити більше коштів. Давно вже не є секретом, що деякі пакування преміум-класу (ювелірні вироби, елітні парфуми та напої) можуть перевищувати вартість пакованого товару.

Більшість підібраних до нашого аналізу існуючих пакувань не є високим дизайнерським продуктом. Як було зазначено вище, дизайн пакувань є або «скупим», тобто спрощеним з використанням кольорографічного мінімалізму, чи навпаки – поверхні пакувальних конструкцій занадто перенавантажені різноманітним набором зображень які іноді навіть не бажано поєднувати в одній проектній розробці. Деякі з них в загалі можна сміливо віднести до

яскравих представників стилю «кітч». Такі проектувальники забувають чи не усвідомлюють, що орнамент з прадавніх часів ніс певну закодовану інформацію. Саме відчуття від сприйняття того чи іншого зображення, закодована в орнаменті інформація може виступити «збудником» для подальших дій, тобто підсилити або навпаки відсторонити споживача від пакованого товару. У. Фадеева вважає, що свідомість людини практично не бере участь в сприйнятті орнаменту... розташування візерунка підпорядковане певному змісту, немає зайвих елементів, всі форми прості і самодостатні. В результаті, людина не відчуває емоційного навантаження, напруги для отримання інформації... Це є позитивним для психіки та гармонізуючим ефектом впливу орнаменту [7, 212-216].

Не зважаючи на такий вкрай обмежений вибір цікавих пакувань з використанням української орнаментики, маємо архів студентських доробок в яких орнаментальні мотиви та декоративно-символічні зображення цікаво і грамотно імпліковані в сучасні споживчі пакування. В практичних завданнях з проектування пакувань для студентів Київського національного університету культури і мистецтв виставляються вимоги щодо створення виключно авторських розробок, тобто проектування власних нестандартних пакувальних конструкцій та проектування пакувань з обов'язковим використанням стандартизованих конструкцій і дотриманням вимог техніко-технологічного процесу для подальшого впровадження у виробництво. Звичайно ж, авторські пакування, що створюються без дотримання техніко-технологічних вимог виробництва виглядають значно яскравішими, але саме робота зі стандартизованими конструкціями сприяє більшому акцентуванню проектувальника на графічній складовій розробки. Саме орнаментальні мотиви та декоративні композиції мають підкреслити цінність пакованого товару та виокремити його від конкурентів тієї ж товарної групи. Студенти творчо адаптують класичні орнаменти вишиванок, петриківського розпису, народних картинок, витинанок та орнаментальних мотиви створених Ф. Кричевським, опрацьовують творчий доробок М. Примаченко та інших народних майстрів виводячи їх на новий рівень сприйняття пересічними споживачами тим самим підвищуючи їх інтелектуальний рівень та розширюють інформаційне коло навіть на

побутовому рівні. Адже, саме створення та вдосконалення гармонійного інформаційного середовища є основним завданням дизайну взагалі.

Наукова новизна. Обґрунтовано необхідність поєднання творчого та наукових підходів для дбайливого/обережного пристосування чи адаптації традиційної української орнаментики в дизайні пакувальної продукції; формування новітнього/оновленого бачення може відбуватися як на ґрунті усталених орнаментальних мотивів, так і на сміливих та несподіваних рішеннях та трансформаціях, що наповнюють пакувальну продукцію новим змістовим контентом.

Висновки. Тож аналіз напрямку пакувальної продукції в дизайні якої використовуються орнаментальні мотиви декоративно-символічні зображення вбачаємо сьогодні актуальним, тим більше, що сучасні доробки дизайнерів-графіків демонструють не тільки усталену прихильність до прямого застосування автентичних орнаментальних мотивів, а несподівані пропозиції і трансформації що привносять оновлення у сприйняття традиційних орнаментально-декоративних рішень. Застосування українського орнаменту в дизайні пакувань використовується як засіб візуалізації гармонійних, перевірених часом форм, що пов'язують людину з її історичним минулим, нагадують нам про історичні символи які допомагають формувати позитивне ставлення до народного мистецтва і подовжити його історичне трансформування. За фахівцями графічного дизайну закріплюється роль хранителя та дослідника орнаментальних і мистецько-культурних традицій України.

Література

1. Божко Т. О. Сучасні тенденції дизайну пакувань. Пакувальна індустрія України. Стан і перспективи : матеріали наук.-практ. конф. Алушта, 22-25 травня 2007 р. К. : ІАЦ Упаковка, 2007. С. 257–260.
2. Дубрівна А.П. Абстрактна знаковість у геометричній орнаментіці української писанки. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв:наук. журнал. К.: Міленіум, 2016, № 3. 112 с.
3. Кара-Васильєва Т. В. Історія української вишивки К.: Мистецтво, 2008. 464 с.
4. Сбитнева Н. Ф. Стилиевые трансформации в советском графическом дизайне. 40-50-е годы XX века. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв : зб. наук. праць / за ред. В. Я. Даниленка. Х. : ХДАДМ. 2005, № 10. С. 119-126.

5. Селівачов М. Р. Лексикон української орнаментики: (іконографія, номінація, стилістика, типологія). К.: Ант, 2005.

6. Удріс Н.С. Упаковка: засіб справити враження. Упаковка. К. : ІАЦ Упаковка. 2012, № 3. С. 67-70.

7. Фадеева У. Ю. Использование архетипов в графическом дизайне (на примере орнамента). Культура и экология – основы устойчивого развития России. Приоритет культуры в образовании и науке: материалы Международного форума (г. Екатеринбург, 14-15 апреля 2014 г.). – Екатеринбург: [УрФУ], 2014. С. 212-216.

8. Черных Д. Г. Значение русских традиционных орнаментальных мотивов для развития современного графического. Вестник ЮУрГУ. 2013, т.13, №1. С. 113-117.

References

1. Bozhko, T.O. (2007). Modern trends in packaging design. Packaging industry of Ukraine. Status and prospects: materials of scientific practice. conf. Alushta, May 22-25. K. : IAC, 2007. 257–260 [in Ukrainian].
2. Dubrivna, A.P. (2016). Abstract symbolic geometric ornamentation in Ukrainian pysanky. Herald National Academy of Managerial staff of culture and arts, 3, 80-84 [in Ukrainian].
3. Kara-Vasileva, T. (2008). History of Ukrainian embroidery. Kiev: Mustechtvo [in Ukrainian].
4. Sbitneva, N.F. (2005). Stylistic transformations in Soviet graphic design. 40-50s of the twentieth century. Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts: Coll. Science. works, ed. V. Ya. Danilenko. H.: HDADM, 10, 119-126 [in Ukrainian].
5. Selivachov, M. (2005). The Lexicon Ukrainian ornamentation (iconography, nomination, style, typology) Kiev: ANT [in Ukrainian].
6. Udris, N.S. (2012). Packaging: a means to impress. Upacovka. K.: IAC. 3, 67-70 [in Ukraine].
7. Fadeeva, U.Y. (2014). The use of archetypes in graphic design (for example, ornaments)/ Culture and Environment - the basis of sustainable development of Russia. Culture Priority in Education and Science: Proceedings of the International Forum. (pp. 212-216). Ekb: UrFU [in Russian].
8. Chernyh, D.G. (2013). The value of Russian traditional ornamental motives for the development of modern graphic. Bulletin of South Ural State University. (Vols. 13), (pp. 113-117). Chel: SUSU [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 25.02.2021
Отримано після доопрацювання 18.03.2021
Прийнято до друку 24.03.2021